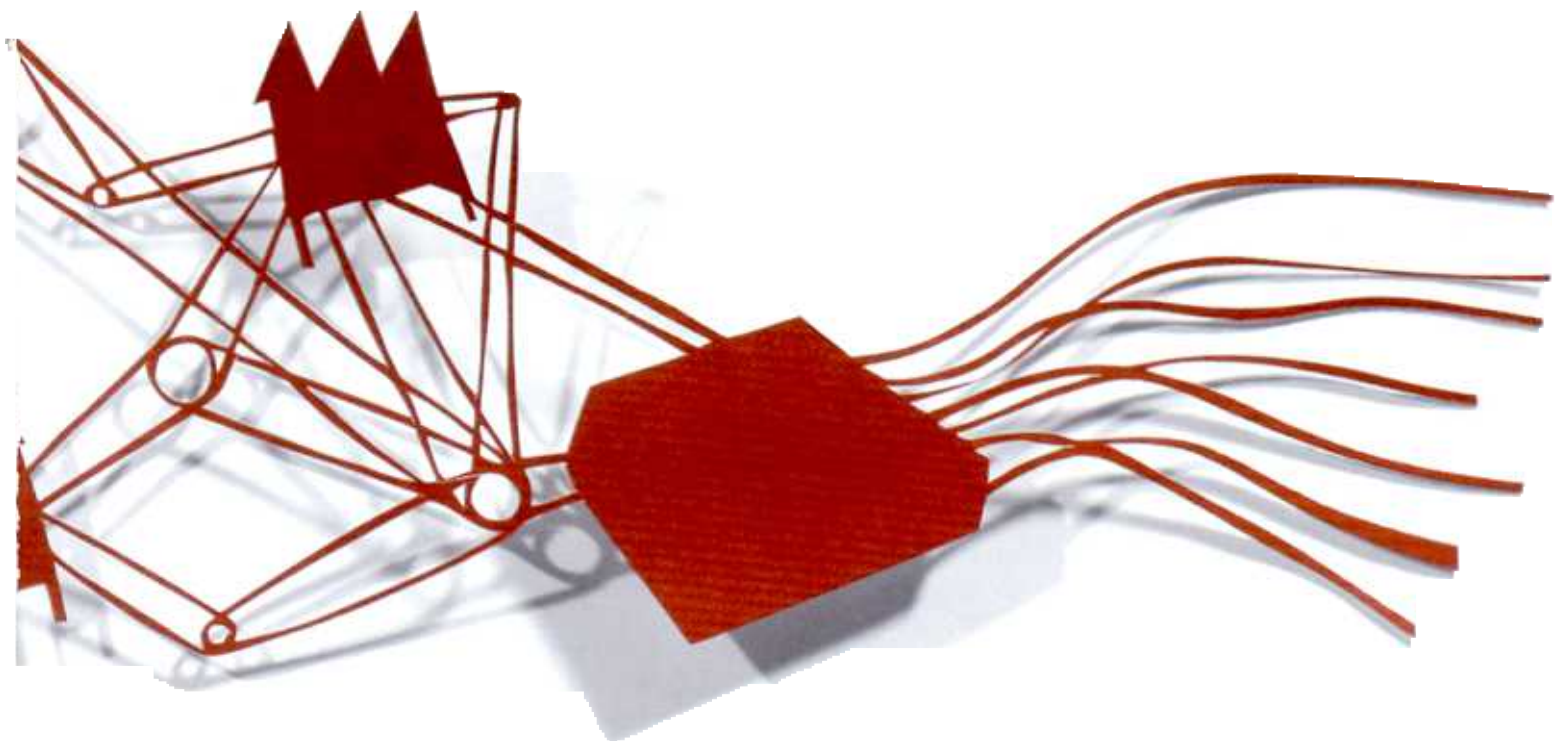


*José Portela**

INOVAÇÃO: RASGO INDIVIDUAL OU ENGENHO COLECTIVO?



Especial

E

Os termos inovação e desenvolvimento gozam de juventude conceptual e andam amiúde associados. Assim sendo, fará algum sentido que neste intróito esboçemos uma nota geral sobre aquela segunda noção. O desenvolvimento é ideia relativamente recente e, simplificando, continua muito ligada à economia da produção de riqueza material. Isto é, ao ter e ao poder.

As noções de desenvolvimento

peçoal, social e cultural são ainda mais tardias, e, entre os académicos, está só em embrião a ideia da centralidade do desenvolvimento espiritual. Mas, convenhamos, há locais - como os Açores - onde a terra ferve, o vento sopra e o silêncio ecoa, tudo nos dizendo, incontornavelmente, que estamos de passagem, em trânsito, num globo em movimentos imperceptíveis. E como toda a economia da vida mudaria se tivéssemos isto presente.

**A inovação não é dom celeste,
nem sorte terrena. Cultiva-se**

Na óptica do desenvolvimento material surgem naturalmente as preocupações com a diversificação económica e falamos de novos produtos e serviços, bem como de actividades alternativas. Estamos, então, a dizer que o desenvolvimento pressupõe inovação. O mesmo se diz para o desenvolvimento local, particularmente em meio rural. Mas, sendo isto verdade, é também certo que inovar não é coisa fácil. Está para além de sonhar, embora sonhar seja indispensável. Pelo sonho é que vamos, lá diz Sebastião da Gama, mas inovar é mais do que imaginar, inventar e gerar novas ideias, embora tudo isto também seja imperioso. Inovar reclama intuição e vivacidade do olhar para, entre outras coisas, detectar a oportunidade de mudança, operação esta que pede ainda curiosidade constante acerca dos mundos – de dentro e de fora – em que se movem os actores sociais. Mas tudo isto – que é imenso – é ainda pouco. Não se pode esperar que actividades, produtos e serviços alternativos sejam um click de computador.

Com efeito, não basta buscar e achar oportunidades de mudança, gerar e desenvolver ideias. É vital avaliá-las e ensaiá-las, enquanto modelos e protótipos. Por fim, mas ainda essencial, é o

acompanhamento da introdução e difusão da inovação no mercado, ou em dada instituição ou organização. Não raro é preciso parar, recuar e tomar rumos novos, quiçá recuperando ideias abandonadas no processo de produção de inovação. Ora, tudo isto, é difícil. Exige-se quer vigilância e prontidão quer trabalho esforçado, metódico e prolongado. Reclamam-se organizações, redes de apoio e incentivos, todos eles diversos e ajustados.

Não haja ilusões, mas, sim, o sentido do todo e das partes, o sentido do processo e dos movimentos em causa. A inovação nutre-se da ideia e da invenção, mas vai adiante, fiel e amorosamente. A inovação não é dádiva divina, nem acaso mundano e ultrapassa os investimentos e os esforços individuais. Ora, entre nós, por aqui nos temos quedado. Como referia, por exemplo, o Expresso Economia de 27 de Março de 2004 (p. 7) “no ‘top ten’ das entidades com mais patentes em Portugal, surgem cinco inventores independentes” [...] “o facto de 2/3 das patentes pertencerem a titulares individuais inibe a economia de lucrar com a inovação, visto a dificuldade dos inventores independentes em mobilizar o capital, as tecnologias e o marketing necessário à criação do sucesso de mercado”. Ora, é justamente por falta dos requisitos referidos que se pode afirmar que em Portugal há inventores mas não há uma cultura de inovação.

**Inovar é sobretudo conhecer
e dar alento à tradição.**

Para além dos muitos elos e dinâmicas do ciclo da inovação, há pelo menos três razões para banir ilusões de facilidade.

Antes de mais, a delimitação da própria ideia de inovação. Concedamos a este conceito a sua justa medida. Uma novidade radical e repentina é coisa rara. Rupturas e mutações em qualquer arquitectura podem causar implosões. Embora exigente, a inovação como melhoria gradual e contínua ao longo do tempo é visão e meta muito mais realista. Note-se, melhoria gradual e contínua do que é velho, que assim se faz novo. Mas não é fácil levar a sério esta ideia simples. Como diz António Aleixo,

Queremos ver sempre à distância
O que não está descoberto,
Sem ligarmos importância
Ao que está à vista e perto

Porque será que nós temos
Na frente aos montes, aos molhos,
Tantas coisas que não vemos
Nem mesmo perto dos olhos?

Delimitando mais ainda a noção de inovação, acrescento que não é de descurar a inovação de grau um, ou seja, tão só a assimilação de boas práticas de outros. Quando o gosto pela mudança é esclarecido, respeita a história, a memória, e reclama o enxerto da novidade na tradição, que não pode ser subestimada. A tradição do mar, por exemplo, quer em Portugal continental quer em Portugal insular, é um bem colectivo valioso, que detém a sua razão de ser, e de permanecer, se vivificado. Face ao passado, representa uma experiência acumulada valiosa. Face ao futuro, pode ser vista como oportunidade de mudança que alerta para erros, sobretudo os irreversíveis. Daí, por vezes, o valor da voz dos velhos do Restelo. Em suma, no plano da prática concreta, a inovação é, no geral, muito mais dar alento ao que é velho, do que gerar a novidade radical. Há já bons exemplos de alianças entre as novas tecnologias e o saber-fazer tradicional. A inovação deveras radical, pelo contrário, pode causar pasmo paralisante e negar a cultura e a identidade próprias.

Inovar não é copiar, é saber lidar com recursos e riscos singulares.

Para se ter em devida conta, peso e medida a inovação, importa reter um segundo argumento: quanto ao meio rural

mais cautelosa pode ser tão criativa como uma outra que é jovem e/ou aventureira. Estimular a imaginação e a criatividade geral – das crianças aos idosos, das pessoas aos grupos – pode, portanto, ser deveras frutuoso.

Além disto importa fazer notar que o desenquadramento de alguém face a certas estruturas, a sua própria in experiência e mesmo a falta de saber podem ser fontes de criatividade e de detecção de oportunidades de mudança. Sim, estas últimas fraquezas aparentes podem virar alicerces. Note-se, a propósito, que curiosa e paradoxalmente, um elevado grau de conhecimento sobre um tema tanto pode potenciar como inibir a criatividade, uma vez que tal saber condiciona o pensamento do inventor ou do indivíduo engenhoso.

A inovação é uma questão de cultura (i)material.

A inovação exige saber e saber-fazer e ser sempre cada vez mais exigente naquilo que se sabe fazer melhor, assim como estar predisposto a aprender com os outros e a “puxar” pela imaginação e pela criatividade são requisitos indispensáveis a quantos queiram ser inovadores. Embora estimáveis e úteis, os contributos individuais não nos devem levar a ignorar que a inovação é, sobretudo, um modo de pensar e ver comum, um modo de sentir e agir colectivo. Trata-se, portanto, duma questão cultural. A inovação é, digamos, um edifício a exigir arquitectos e construtores e a ultrapassar o terreno do desenvolvimento local. Não é obra a equacionar no plano do rasgo individual, nem é só uma fachada a erguer e a pintar de afogadilho. A inovação reclama, entre outras coisas, visão clara e justa do que se trata; investimento duradouro e trabalho paciente, esforçado e aprofundado, bem como zelo constante, em particular de técnicos, de investigadores e, evidentemente, dos delineadores de políticas públicas.

Em suma, podemos reter duas ideias-chave: a inovação é uma questão de engenho colectivo, ou seja, um problema-com-solução na cultura (i)material por todos produzida; e da invenção à inovação o caminho é longo e árduo, embora seja também muito promissor. **III**

Professor Catedrático no Departamento de Economia, Sociologia e Gestão da Universidade de Trás-os-Montes e Alto

e, em particular, ao sector agrícola, toda a proposta de mudança não pode negligenciar a sua singularidade, tal como não pode ignorar a sua diversidade geográfica e social.

Inovar nunca é fácil, mas nestes meios é particularmente difícil. A modéstia de recursos e os temores face ao risco e à incerteza são vividos dia-a-dia. Por muito que isto custe a certos ouvidos, não se pode ter uma prática e um discurso ilusório que iguale o campo à cidade e a agricultura aos outros sectores. Não se trata de domínios comparáveis sem mais: a atomização e a difusão espacial das estruturas de produção é mais marcada, o ciclo normal de produção é mais longo e é bem maior a exposição aos riscos, desde a indesejada chuva na eira e sol no nabal às mudanças legais e político-institucionais imprevisíveis. Assim, a transferência e adaptação de novos produtos, processos, serviços e modelos de organização, em regra, não se faz de modo simples e rapidamente. Nem dum dado sector de actividade para a agricultura, nem duma agricultura para outra. Mais especificamente, uma casa agrícola ou uma empresa rural de sucesso não se pode importar nem exportar, nem mesmo “copiar” dentro da mesma micro-região. E, note-se, a “cópia” representa tão só o primeiro estágio de intensidade de inovação. Isto não significa, porém, que não se estude em profundidade o maior número possível de casos de sucesso e que deles não se extraiam lições. É imperioso que tal se faça.

Inovar é cooperar com aliados e combater inimigos.

Em terceiro lugar, é forçoso ver que qualquer promotor de inovação não é apenas ele, e o seu saber e querer, por mais fulgurantes e arrebatadores que estes sejam. Como qualquer um de nós, o inovador é ele e as suas circunstâncias. Não está só, isolado do mundo e dos outros, qual eremita. Ou seja, cada mudança desejada, cada inovação, não poderá ser desligada dos quadros familiares, do meio sócio-cultural e das molduras sectoriais em que tal actor e a respectiva instituição se move. Nem tão pouco separada da esfera político-institu-

cional envolvente. Em todos esses contextos se acham aliados e/ou inimigos. Tomemos, por exemplo, o caso de artesãos individuais ou associados versus empresas concorrentes, todos imersos num mesmo mercado feroz. Note-se ainda, a propósito, que na última esfera referida, a político-institucional, há, amiúde, desgate em torno de miudezas disputadas por pequenos poderes, malbaratando-se, assim, energias e ânimo. A maior autoconfiança e a mais robusta vontade de intervenção por parte do inovador podem acabar por esbarrar e ser derrotadas, entre outras coisas, pelo mal de inveja de uns, pelo poder comercial de outros, ou ainda pelas irracionalidades burocráticas das organizações. E que dizer das instituições-fortaleza, ou dos funcionários que não funcionam?

A inovação clama por imaginação e criatividade, dons à mão de todos.

Estar ciente dos obstáculos que rodeiam a produção e a adopção da novidade é estar melhor preparado para os vencer. Também se pode ir mais longe se se souber que há notícias animadoras a propósito da inovação. Ela pressupõe, claro, criatividade, mas esta não é privilégio infantil ou juvenil. Como nos diz Adriano Freire, há estudos a confirmar que a capacidade criativa não está relacionada com a idade ou com a propensão ao risco. Ou seja, uma pessoa mais idosa e/ou